



**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO SINAR
TIGA-TIGA MUBAROK KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Oleh :

Sutopo

2012-11-155

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2017**

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO SINAR
TIGA-TIGA MUBAROK KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, Maret 2017

Mengetahui,
Ketua Progam Studi Manajemen



Noor Aziz, SE, MM
NIDN. 0609107501

Pembimbing 1



Drs. H. Masluri, MM
NIDN. 0010105401

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus



Dr. H. Mehammad Edris, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Sebuah Tantangan Akan Selalu Menjadi Beban, Jika Itu Hanya Dipikirkan.

Sebuah Cita-Cita Juga Sebuah Beban, Jika Itu Hanya Di Angan-Angan.

Persembahan :

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Almh. Aminah, Ibu yang telah melahirkan dan mendidik penulis dengan penuh harapan serta kasih sayang. Kepada Bapak yang tidak henti-hentinya mendo'akan penulis agar mampu meraih kesuksesan dan diberikan segala kemudahan.
2. Dosen program studi Manajemen Fakultas Ekonomi UMK, yang selalu menjadi panutan bagi penulis.
3. Sahabat/I PMII Kudus, teman-teman HMJM, BEM, Kajian Kewirausahaan yang telah banyak memberikan arti sebuah kehidupan bagi penulis.
4. Seputarkudus.com, yang banyak memberikan wawasan maupun pengetahuan bagi penulis
5. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi UMK

KATA PENGANTAR

Allhamdulillahirabbil Alamin, Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Sinar Tiga-Tiga Mubarak Kudus”**. Ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Suparno, SH., MS, selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Universitas Muria Kudus
3. Noor Azis, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah merestui dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
4. Drs. H. Masluri, MM, selaku Dosen Pembimbing satu yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing dua yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Para dosen dan staf pengajar di lingkungan Universitas Muria Kudus yang membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua serta saudara yang senantiasa mendukung secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat/i PMII Kudus, BEM, HMJM, Kajian Kewirausahaan, Seputarkudus.com, teman-teman mahasiswa yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, baik moril maupun materil dalam penyusunan skripsi ini. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin ,namun penulis menyadari masih banyak kekurangannya, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca demi sempurnanya skripsi ini. Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat dalam memperkaya khasanah ilmu pendidikan.

Kudus,
Penulis,

2017

Sutopo
2012-11-155

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO SINAR
TIGA-TIGA MUBAROK KUDUS**

**Sutopo
2012-11-155**

Pembimbing : 1. Drs. H. Masluri, MM
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGAM STUDI MANAJEMEN
2017**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel Ekuitas Merek (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di toko Sinar Tiga-tiga Mubarak Kudus. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 96 responden konsumen jenjang yang diproduksi oleh PT. Mubarakfood Cipta Delicia yang melakukan pembelian di toko Sinar Tiga-tiga Mubarak Kudus untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis lewat uji t dan uji F serta uji koefisien determinasi $R Square$. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang berfungsi membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial ketiga variabel ekuitas merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dalam kepuasan konsumen. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,739 yang menunjukkan bahwa 73,9% variasi kepuasan konsumen bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 26,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,
Kepuasan konsumen, Sinar Tiga-tiga Mubarak.**

THE EFFECT OF BRAND EQUITY, PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN SINAR TIGA-TIGA MUBAROK KUDUS

Sutopo
2012-11-155

Pembimbing : 1. Drs. H. Masluri, MM
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

MURIA KUDUS UNIVERSITY
ECONOMICS FACULTY MANAGEMENT DEPARTMENT
2017

The purpose of this study is to determine the effect of each variable Brand Equity (X_1), Products Quality (X_2) and Service Quality (X_3) on Customer Satisfaction (Y) in Sinar Tiga-Tiga Mubarak Kudus. In this study, the data collection is by questionnaires to 96 respondents of porridge customers produced by PT. Mubarak food Cipta Delicia who make purchasing in Sinar Tiga-tiga Mubarak Kudus to know the response of the respondents to each variable. The data analysis of this study is quantitative analysis by validity and reliability, test hypotheses by t test, F test and R Square determination coefficient test. The data analysis technique is using multiple linear regression analysis which is to prove the hypothesis of the study.

The results of the analysis shows that the partial three variables of brand equity, product quality and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Hypothesis testing is using t test and shows that three independent variables prove positive and significant effect on the dependent variable customer satisfaction. Then by the F test shows that the variables of Brand Equity, Product Quality and Service Quality have significant positive effect on customer satisfaction. Adjusted R Square of 0.739 indicates that 73.9% of customer satisfaction variation can be explained by the three independent variables used in the regression equation. The rest of 26.1% is by other variables beside the three variables used in this study.

Keywords: Brand Equity, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Sinar Tiga-tiga Mubarak.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Konsep Ekuitas Merek	11
2.1.1. Pengertian Ekuitas Merek	11
2.1.2. Membangun Ekuitas Merek	13
2.1.3. Dimensi Ekuitas Merek.....	13
2.1.4. Indikator Ekuitas Merek.....	14
2.2. Konsep Kualitas Produk.....	15
2.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.2.2. Unsur-Unsur Produk	16
2.2.3. Klasifikasi Produk.....	17
2.2.4. Indikator Kualitas Produk	18
2.3. Kualitas Pelayanan	19
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	19
2.3.2. Karakteristik Kualitas Pelayanan	20
2.3.3. Dimensi Kualitas Pelayanan	21

2.3.4.	Indikator Kualitas Pelayanan	22
2.4.	Kepuasan Konsumen	23
2.4.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	23
2.4.2.	Elemen Kepuasan Konsumen	24
2.4.3.	Tipe-tipe kepuasan konsumen.....	27
2.4.4.	Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	28
2.4.5.	Ciri-Ciri Konsumen yang Merasa Puas.....	30
2.4.6.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen ..	31
2.4.7.	Indikator Kepuasan Konsumen	32
2.5.	Penelitian Terdahulu.....	33
2.6.	Hubungan Antara Variabel.....	34
2.6.1.	Hubungan Ekuitas Merek dengan Kepuasan Konsumen	34
2.6.2.	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	35
2.6.3.	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.7.	Kerangka Pikir Teoritis	37
2.8.	Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1.	Rancangan Penelitian	39
3.2.	Variabel Penelitian	40
3.2.1.	Jenis Variabel	40
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3.	Jenis dan Sumber Data	43
3.3.1.	Data Primer	43
3.3.2.	Data Sekunder	43
3.4.	Populasi dan Sampel	43
3.4.1.	Populasi	43
3.4.2.	Sampel.....	44
3.5.	Pengumpulan Data	46
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.6.1.	Uji Validitas	47
3.6.2.	Uji Reliabilitas	48

3.7.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	48
3.7.1.	Hasil Uji Validitas.....	48
3.7.1.1.	Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek.....	49
3.7.1.2.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	49
3.7.1.3.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	50
3.7.1.4.	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	50
3.7.2.	Hasil Uji Reliabilitas	51
3.8.	Pengolahan Data.....	52
3.8.1.	<i>Scoring</i>	52
3.8.2.	<i>Editing</i>	53
3.8.3.	<i>Coding</i>	53
3.8.4.	<i>Tabulating</i>	53
3.9.	Analisis Data	53
3.9.1.	Analisis Deskriptif	54
3.9.2.	Analisis Regresi Berganda	54
3.9.3.1.	Langkah-langkah Pengujian Hipotesis	55
3.9.4.	Uji Statistik T (Uji Parsial)	55
3.9.5.	Uji Regresi Berganda (Uji F).....	56
3.9.6.	Koefisien Determinasi (R^2).....	57
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	59
4.2.	Penyajian Data Responden	62
4.2.1.	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2.2.	Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	63
4.2.3.	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan.....	63
4.2.4.	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	64
4.3.	Analisis Data	65
4.3.1.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	65
4.3.1.1.	Deskripsi Variabel Ekuitas Merek.....	65
4.3.1.2.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk	66
4.3.1.3.	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	67

4.3.1.4.Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	68
4.4. Analisis Data	69
4.4.1. Analisis Regresi	69
4.4.2. Uji Parsial (Uji t).....	71
4.4.1.1.Uji Koefisien Regresi (b_1) Ekuitas Merek.....	72
4.4.1.2.Uji Koefisien Regresi (b_2) Kualitas Produk	72
4.4.1.3.Uji Koefisien Regresi (b_3) Kualitas Pelayanan	73
4.4.3. Uji Berganda (Uji F)	74
4.4.4. <i>Adjusted R Square</i>	76
4.5. Pembahasan	77
4.5.1. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	78
4.5.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen..	78
4.5.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	79
4.6. Kerangka Hasil	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Ekuitas Merek	49
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	50
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	50
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	51
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.2 Usia Responden	63
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	63
Tabel 4.4 Jumlah Pembelian Responden	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Ekuitas Merek	66
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	67
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	68
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen	69
Tabel 4.9 Coefficients ^a	70
Tabel 4.10 Coefficients ^a	71
Tabel 4.11 Anova ^b	75
Tabel 4.12 Model Summary	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
Gambar 4.1 Kerangka Hasil	81

